مجله علمی پژوهش درعلوم انسانی ومطالعات اجتماعی، شماره ۱۶ ، تابستان ۱۳۹۸، ص ۹۶-۸۸
http://www.jhss.ir

مجله علمی پژوهش در علوم انسانی ومطالعات اجتماعی (سال پنجم)
شماره ۱۶ / تابستان ۱۳۹۸ / ص ۹۶-۸۸

بررسی استراتژی سازمان و کوته بینی مدیریت در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران

مصطفی قاسمی[۱] ، سارا کرمی[۲]

[۱] استادیار ، گروه حسابداری ، واحد بوشهر ، دانشگاه آزاد اسلامی ، بوشهر ، ایران

[۲] گروه حسابداری ، دانشکده علوم انسانی ، واحد بوشهر ، دانشگاه آزاد اسلامی ، بوشهر ، ایران

نویسنده مسئول:

سارا کرمی

چکیده :

هدف از این پژوهش ، بررسی استراتژی سازمان و کوته بینی مدیریت در شرکت های بورس اوراق بهادار تهران می باشد. روش تحقیق توصیفی- همبستگی بوده، جامعه آماری این تحقیق شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران انتخاب شده است. با استفاده از نرم افزار Eviews تحلیل شده اند . از آماره های توصیفی و استنباطی مثل میانگین ، انحراف معیار ،ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندمتغیره استفاده شده است .در این راستا دو فرضیه تدوین شده است. نتایج نشان می‌دهد که بین استراتژی رشد فروش و کوته بینی مدیریت رابطه وجود ندارد. بین استراتژی رشد دارایی و کوته بینی مدیریت رابطه معناداری وجود دارد.

کلید واژگان : استراتژی سازمان ، کوته بینی مدیریت، بورس اوراق بهادار تهران

مقدمه

یکی از عواملی که استراتژی سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد ، کوته بینی مدیریت است. اصطلاح کوته بینی را نخستین بار تئودور لویت در سال (۱۹۶۰) با عنوان کوته بینی بازاریابی به کار برد. تعریف متداول کوته بینی و سوگیری حاکی از آن است که کوته بینی، شکلی از سوگیری یا پیش داوری پایدار است که در رابطه با دید افراد و سازمانها به دنیا ثابت شده است(کرن، ۲۰۰۶).

اعتقاد بر آن است که سرمایه گذاران چیزی جز سودآوری فعلی شرکت را نمی بینند و سهام شرکتهایی را که از لحاظ سودآوری کوتاه مدت دارای کاهش بوده اند را تحت فشار قرار خواهند داد و منجر به کاهش قیمت سهام شرکت ها می گردند (تانگ ، ۲۰۱۵). با توجه به آنکه بخش قابل ، توجه ی از عملکرد مدیریت شرکت توسط سودآوری و به ویژه قیمت سهام شرکت مورد سنجش قرار می گیرد، مدیریت شرکت ها برای بهبود سودآوری و قیمت جاری سهام شرکت، برعملکرد کوتاه مدت خود تمرکز کرده و هر آنچه را که منجر به کاهش این عملکرد کوتاه مدت گردد راحذف خواهند نمود. به بیان دیگر مدیریت شرکت به جای تمرکز بر اهداف و برنامه ریزی های بلندمدت و سرمایه گذاری های مناسب در این خصوص همچون فعالیت های تحقیق و توسعه، بازاریابی های بلندمدت و.. (بر اهداف کوتاه مدت)سودآوری جاری تمرکز نموده که به این حالت اصطلاحاً کوته- بینی مدیریت گفته می شود. کوته بینی مدیران؛ تمایل به افزایش قیمت های جاری سهام با افزایش و متورم کردن سودآوری جاری با هزینه کرد از محل سودآوری و یا جریانات نقدی بلندمدت قابل تعریف می باشد (هوجارج و لیبی، ۲۰۰۵، ۲). در واقع در کوته بینی مدیران، به عنوان یکی از مسائل ، مدرنی که شرکت ها با آن درگیر هستند، سودآوری بلندمدت شرکت، از طریق کاهش فعالیت های تحقیق و توسعه، بازاریابی و فعالیت هایی که در سال های ابتدایی صرفاً دارای هزینه بوده و در بلندمدت آثارآن مشخص میشود، فدای سودآوری کوتاهمدت و افزایش قیمت های جاری سهام می شود. با توجه به تمایل مدیران به کوته بینی، جهت بهبود سنجش عملکرد آن ها در بازار، سؤال اینجاست که بازار سرمایه چه واکنشی به این مسئله خواهد داشت.

مفهوم استراتژی زاییده" :فضای رقابتی " و "محادودیت منابع " است. مانند محدودیت های زمانی وقوای فکری . صرف منابع محدود بر موضوعات غیر اصلی، جریمه اش واگذاری میدان رقابت به رقبا می باشد . به بیانی ماهیت استراتژی تشخیص فرصت های اصلی و تمرکز منابع در جهت تحقق منافع نهفته در آنها است. شاید ساده ترین و زیباترین تعریفی که برای استراتژی شده (الگوی به جریان انداختن تصمیمات) توسط مینتزبرگ بوده که در تعریفی کوتاه استراتژی را توصیف کرده است. بروس هندرسون، استراتژی را ایجاد یک مزیت منحصر به فرد برای تمایز سازمان از رقبا می داند واساس کار را " مدیریت این تمایز "می داند(غفاریان و کیانی، ۲۰۱۲). استراتژی سازمانی مجموعه ای از قوانین، رویه ها یا رفتارهاست که سرمایه گذار را در انتخاب پرتفوی سرمایه گذریش راهنمایی می کند . به عبارت دیگربرنامه استراتژیک، برنامه سرمایه گذار، از توزیع داراییها در میان سرمایه گذاری های مختلف است. با توجه به مطالب بیان شده ما در این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال هستیم که آیا رابطه ای بین استراتژی سازمان و کوته نگری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

کاظمیان (۱۳۹۷) در تحقیقی تحت عنوان " بررسی ارتباط بین استراتژی رشد فروش با سرمایه‌گذاری در دارایی بلند مدت و کیفیت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد" به بررسی پرداخت. در این پژوهش استراتژی رشد فروش و دارایی‌های بلندمدت به‌عنوان متغیر مستقل و کیفیت سود به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته‌شده استنتایج پژوهش نشان داد که بین استراتژی رشد فروش و کیفیت سود رابطه معنادار وجود دارد. بین استراتژی رشد فروش و سرمایه‌گذاری در دارایی‌های سرمایه‌ای رابطه معنی‌داری وجود ندارد .

اصفهانی و عبدلی (۱۳۹۶) در تحقیقی تحت عنوان " تاثیر کوته بینی مدیران بر عملکرد سرمایه گذاران در بازار سرمایه" به بررسی پرداختند. مجموع نتایج بدست آمده بیانگر آن است که بازار سرمایه چه در قالب بازدهی زمان انتشار سود و چه بازدهی آتی سهام، واکنش معناداری به کوتهبینی مدیران نداشته و کوتهنظری مدیران تاثیری مثبت بر نرخ بازده داراییهای دوره آتی، به عنوان معیارسنجش عملکرد مالی آتی، داشته

است. به طور خلاصه نتایج بدست آمده بیانگرآن است که بازار سرمایه واکنش معناداری به کوتهبینی مدیران نداشته است اما کوته نظری مدیران تاثیری معنادار بر عملکرد مالی آتی شرکت های بررسی شده داشته است.

تیونی و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی تحت عنوان " ناکارایی مدیریت ، کوته نگری " به بررسی پرداختند. نتایج نشان می دهد که مدیرانی که بر پایداری بلندمدت تمرکز می کنند ارزش سهامداران، حتی در هزینه سودآوری فعلی، کمتر از طریق جذب نظارت می شود. در مقابل، مدیرانی که سودآوری را به هزینه ایجاد ارزش سهامدار بلند مدت دنبال می کنند، احتمال بیشتری دارد که به جذب مخاطب برسد. سرانجام، نقش پیشنهاد دهندگان را به عنوان مجریان نظم بازار معرفی می کنند.

زو (۲۰۱۹) در تحقیقی تحت عنوان " سرمایه گذاری و رابطه آن با استراتژی سازمان به بررس پرداخت" . نتایج این مطالعه رابطه معناداری را بین سرمایه گذای و استراتژی سازمان نشان داد . برای توجه بیشتر به رویکردهای حفظ ارتباط در ارتباطات بحران و تحقیقات مدیریتی مورد نیاز است.

فرضیات تحقیق

۱- بین استراتژی سازمان و کوته بینی مدیریت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیات فرعی :

۱-۱ بین استراتژی رشد فروش و کوته بینی مدیریت در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار رابطه معناداری وجود دارد.

۱-۲ بین استراتژی رشد دارایی و کوته بینی مدیریت شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار رابطه معناداری وجود دارد.

هدف تحقیق

هدف کاربردی این تحقیق ارائه اطلاعات لازم به مدیران شرکتها جهت تدوین استراتژیهای سازمانی وسرمایه گذارانی که می خواهند در شرکتهای بورس اوراق بهادار تهران سرمایه گذاری کنند. این پژوهش، از نوع پژوهش‌های کاربردی است که می‌تواند مورد استفاده گروه کثیری از استفاده‌کنندگان از اطلاعات حسابداری جهت سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه و در نتیجه تخصیص بهینه منابع، به منظور رشد و توسعه اقتصادی کشور قرار گیرد. از جمله استفاده‌کنندگان از نتایج پژوهش حاضر، عبارتند از سهامداران بالفعل و بالقوه به عنوان گروه اصلی استفاده‌کننده از اطلاعات حسابداری و در نتیجه تأمین‌کنندگان عمده بازار سرمایه، تحلیلگران، حسابرسان، دولت، مدیران و کارکنان شرکت و همچنین سازمان بورس و اوراق بهادار تهران.

تجزیه و تحلیل

تجزیه و تحلیل به عنوان فرایندی از روش علمی،یکی از پایه های اساسی هر تحقیق است. برای این منظور از فنون آماری توصیفی و استنباطی استفاده خواهد شد. با استفاده از این آمار توصیفی شاخص های آماری اطلاعات گرد آوری شده،محاسبه وبا استفاده از ابزار های نمودار جدولی ونمودار گرافیکی مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. از فنون استنباطی نیز برای آزمون فرضیه ها و رسیدن به پاسخ سوالات بر اساس احتمال استفاده خواهد شد.

تجزیه وتحلیل داده های این تحقیق و آزمون فرضیه های آن توسط نرم افزار Excel و EVIEWS انجام خواهد شد. به این ترتیب که اطلاعات فراهم شده توسط پایگاههای اطلاعاتی ابتدا در نرم افزار Excel دسته بندی و مرتب سازی خواهد شد.و سپس به نرم افزار EVIEWS منتقل می گردد تا آزمونهای آماری مورد نظر بر روی آنها انجام شود. آزمونهای که انجام می شود ابتدا برای تشخیص ثابت یا تصادفی بودن از آزمون چو می شود. و اگر فرض صفر آزمون چو مبنی بر اینکه شرکتها و یا سال ها تاثیر نداشته اند رد شد آزمون هاسمن را برای تشخیص ثابت یا تصادفی بودن واحدهای مقطعی انجام می دهیم.

متغیر مستقل

استراتژی سازمانی:

در این پژوهش از استراتژی رشد فروش و رشد دارایی به عنوان متغیر استراتژی سازمانی استفاده می‌شود.

استراتژی رشد فروش:

اولین بعد ساختار استراتژی شرکت، رشد فروش است .این رشد طی سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۷مورد بررسی قرار خواهد گرفت و از رابطه زیر بدست می‌آید(کاظمیان ، ۱۳۹۷).

۱۰۰*(فروش سال گذشته/ فروش سال گذشته – فروش امسال) =رشد فروش

استراتژی رشد دارایی:

بعد دوم استراتژی شرکت رشد دارایی است از رابطه زیر محاسبه می‌شود.

همانند کوپر و همکاران (۲۰۰۸)، رشد دارایی‌ها بر اساس درصد تغییر کل دارایی و به شرح زیر محاسبه می‌شود.

TA=OA+CASH

کل دارایی = دارایی عملیاتی + مجموع وجه نقد

متغیر وابسته :

کوته نگری مدیریت

کوته نگری مدیریت زمانی که مدیریت شرکت کوته نگر باشد، جهت بهبود وضعیت کوتاه مدت شرکت از آینده بلندمدت شرکت هزینه می نمایند و به عبارتی وضعیت کوتاه مدت شرکت را فدای آینده بلندمدت آن می نماید. در شرکت های با مدیریت کوته بین، با وجود موفقیتهای مالی و داشتن فرصت و منابع لازم جهت سرمایه گذاری در دارایی- های بلندمدت، از این کارامتناع می کنند. بنابراین شرکتهایی که به طور همزمان بازدهی سودآوری بیش از حد معمول و هزینه های بازاریابی و تحقیق و توسعهای کمتر از حد مورد انتظار را گزارش می کنند، به احتمال زیاد مشمول ویژگی مدیریت کوته بینانه خواهند بود. برای شناسایی و تعیین شرکت های کوته نگری ، ابتدا لازم است سطح مورد انتظار بازده دارایی، هزینه بازاریابی و هزینه تحقیق وتوسعه را برای هر شرکت در دوره زمانی تحقیق با استفاده از روابط زیر برآورد می- نماییم (اصفهانی و عبدلی ، ۱۳۹۶) .

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$MIKtg_{it} = \beta_0 + \beta_1 MKtg_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$R\&D_{it} = \beta_0 + \beta_1 R\&D_{it} + \varepsilon_{it}$$

ROA: نرخ بازده داراییها که براساس نسبت سود خالص به جمع داراییها سنجیده میشود

i,t MKtg: نسبت هزینههای بازاریابی و فروش به جمع داراییها

R&D: نسبت هزینه های تحقیق و توسعه به جمع داراییها.

پس از محاسبه مقادیر مورد انتظار برآوردی بازده داراییها، هزینه بازاریابی و هزینه های تحقیق و توسعه با استفاده از مدل های فوق، مقادیر واقعی با مقادیر پیش بینی شده توسط مدل های شرکت های در چهار گروه اصلی به شرح ، فوق مقایسه شده و با توجه به میزان تفاوت موجود جدول ۲ تقسیم بندی می شوند:

جدول ۲: دسته بندی شرکت ها از منظر بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی

گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴
اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف مثبت بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی	اختلاف منفی بین بازده دارایی پیش‌بینی شده و واقعی
اختلاف منفی هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده و واقعی	فقط اختلاف یکی از هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه منفی	اختلاف مثبت هزینه‌های بازاریابی و تحقیق و توسعه پیش‌بینی شده و واقعی	

شرکت های گروه ۱ به عنوان شرکت های دارای مدیریت کوته بین درنظر گرفته شده است چرا که با داشتن عملکرد مثبت مالی و افزایش بازده داراییها، هزینه های بازاریابی و تحقیق و توسعه شرکت کاهش یافته است.

مدل آزمون هرکدام از فرضیات اصلی و فرعی به شرح زیر می‌باشد.

مدل ۱)

$$CApm_{it} = \beta_0 + \beta_1 GSale_{it} + \beta_3 CTRL_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل۲)

$$CApm_{it} = \beta_0 + \beta_1 GAsset_{it} + \beta_3 CTRL_{it} + \varepsilon_{it}$$

GSale= استراتژی رشد فروش

$GAsset_{it}$= استراتژی رشد دارایی

شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای پژوهش طی کل دوره مورد بررسی

متغیر	تعداد نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	میانه	انحراف استاندارد	آماره جارک برا	سطح معناداری
کوته بینی مدیریت	788	-18637.03	16292.24	-44.59078	-44.59078	990.3280	2449230	0.000000
رشد فروش	788	-100.0000	3788.416	29.71013	29.71013	153.1115	7463270.	0.000000
رشد دارایی	788	-84.36568	688.2510	19.08573	19.08573	37.45688	581481.5	0.000000

آزمون فرضیات

متغیر وابسته	متغیر مستقل	t-Statistic	Prob.	F-statistic	Prob(F-statistic)	R-squared	Adjusted R-squared	Durbin-Watson stat	نتیجه آزمون
کوته بینی مدیریت	رشد فروش	۰,۳۷۳۴۲۰-	۰,۷۰۸۹	۳۵,۵۹۱۸۴	۰,۰۰۰۰۰	۰,۱۱۹۰۶۶	۰,۱۱۵۷۲۱	۱,۶۷۱۰۱۶	پذیرش فرض صفر
	رشد دارایی	۱,۰۱۵۵۵۶	۰,۰۰۰۰						پذیرش فرض صفر

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول(۱) در مورد فرضیه اصلی اول آماره f برابر با ۳۵,۶ و مقدار prob برابر با ۰,۰۰۰۰ است و این نشان دهنده‌ی معناداری مدل آماری می‌باشد. مقدار دوربین واتسن برابر با ۱,۶۸ است که بین ۱,۵ و ۲,۵ است و نمایان گر عدم وجود خود همبستگی در مدل خواهد بود. بنابراین، این‌گونه نتیجه‌گیری می شود که در این مدل‌ها خود همبستگی وجود ندارد. مقدار $\overline{R}^2$ یا ضریب تشخیص تعدیل شده برابر با ۱۲ است و نشان می‌دهد که ۱۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل توضیح داده می‌شود.

در مورد ارتباط بین رشد فروش و کوته بینی مدیریت میزان prpb برابر با ۰,۷۰۸۹ است که این مقدار بیشتر از ۰,۰۵ است، در نتیجه فرض صفر مبنی بر ارتباط نداشتن رشد فروش و کوته بینی مدیریت رد می‌شود. به عبارت دیگر بین رشد فروش و کوته بینی مدیریت رابطه معناداری وجود ندارد. یعنی شرکت نتوانسته با استفاده از استراتژی رشد فروش کوته بینی مدیریت خود را افزایش دهد.

در مورد ارتباط بین استراتژی رشد دارایی و کوته بینی مدیریت ، مقدار prob برابر با ۰,۰۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین فرض صفر مبنی بر عدم ارتباط بین رشد دارایی و کوته بینی مدیریت ، تایید نمی‌شود. به عبارت دیگر بین استراتژی رشد دارایی و کوته بینی مدیریت رابطه معناداری وجود دارد. به طور کلی می‌توان گفت که استراتژی شرکت توانسته است باعث افزایش کوته بینی مدیریت شود.

نتیجه گیری

در مورد ارتباط بین رشد فروش و کوته بینی مدیریت میزان prpb برابر با ۰,۷۰۸۹ است که این مقدار بیشتر از ۰,۰۵ است، در نتیجه فرض صـفر مبنی بر ارتباط نداشـتن رشـد فروش و کوته بینی مدیریت رد می‌شـود. به عبارت دیگر بین رشـد فروش و کوته بینی مدیریت رابطه معناداری وجود ندارد. یعنی شرکت نتوانسته با استفاده از استراتژی رشد فروش کوته بینی مدیریت خود را افزایش دهد.

در مورد ارتباط بین استراتژی رشد دارایی و کوته بینی مدیریت ، مقدار prob برابر با ۰,۰۰۰۰ است که این مقدار کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین فرض صفر مبنی بر عدم ارتباط بین رشد دارایی و کوته بینی مدیریت ، تایید نمی‌شود. به عبارت دیگر بین استراتژی رشد دارایی و کوته بینی مدیریت رابطه معناداری وجود دارد. به طور کلی می‌توان گفت که استراتژی شرکت توانسته است باعث افزایش کوته بینی مدیریت شود.

پیشنهادات

۱- نتایج نشان داد که کوته بینی مدیریت تاثیر معناداری بر رشد دارایی داشته است . این نتایج نشان می دهد که مدیران تاثیری مثبت و معنادار بر بازده دارایی و رشد دارایی دارند .لذا در ابتدا به مدیران توصیه می گردد از عواید کوتاه مدت در تصمیمات بپرهیزند وعملکرد آتی شرکت را در افق گسترده تری بررسی و رصد نمایند.

۲- با توجه به اینکه بین ا ستراتژی ر شد فروش و کوته بینی مدیریت رابطه معناداری وجود ندارد، به مدیران پیـشنهاد می شود که از استراتژی‌های دیگری برای افزایش کوته بینی مدیریت استفاده کند.و همچنین به مدیران پیشنهاد می شود که با استراتژی های دیگر کوته بینی مدیریت را بهبود ببخشند.

محدودیت‌های پژوهش

در انجام هر پژوهش محدودیت‌هایی بر سر راه پژوهشگر قرار می‌گیرد که این پژوهش نیز از آن مستثنی نیست. برخی از، عمده‌ترین محدودیت‌های این پژوهش عبارتند از:

۱. با توجه به شرایط متغیرهای پژوهش، امکان انجام پژوهش بر روی تمام شرکت‌ها میسر نبوده، لذا این امر منجر به کاهش تعداد نمونه‌های پژوهش شده است.

۲. می‌توان گفت که مهم‌ترین محدودیت این است که با توجه به حذف برخی شرکت‌ها از نمونه آماری، تعمیم نتایج این پژوهش است که باید با احتیاط و دقت بیشتری صورت پذیرد و در مقایسه شرکت‌ها با یکدیگر باید احتیاط بیشتری بکار گرفته شود.

منابع فارسی :

۱) اصولی، نسیم؛ حجازی، رضوان؛ و هاشم ولی پور (۱۳۹۰) ." ارتباط استرتژی سرمایه گذاری با ارزش افزوده اقتصادی."، پژوهش حسابداری، شماره ۱،ص‌ص. ۱۹- ۳۷.

۲) اعرابی، سید محمد؛ و رحیم عابدی (۱۳۹۰) ."رابطه هماهنگی بین استراتژی های مالی، سرمایه گذاری، تامین مالی، تقسیم سود و سرمایه در گردش با عملکرد سازمانی در شرکت دارو سازی اکسیر."، پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره ۱۵، شماره۴، ص‌ص. ۱- ۲۷.

۳) تنانی ، محسن،محب خواه ، محمد(۱۳۹۳) . "ارتباط بین استراتژی کسب وکار با کیفیت سود وبازده سهام درشرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران."، مطالعات تجربی حسابداری مالی، سال چهارم ،شماره ۱۳،ص ص ۱۲۵-۱۲۷.

۴) جهانخانی ، علی، ظریف فرد ، احمد ، ۱۳۹۱، آیا مدیران و سهامداران از معیارهای مناسبی برای اندازه گیری ارزش شرکت استفاده می کنند ؟، مجله تحقیقات مالی ، شماره ۷و۸ ، ص ۶۶- ۴۱

۵) خلیلی عراقی، مریم؛ اکبری مقدم، بیت الله؛ و معصومه عطا الهی (۱۳۸۸) ."اثر ریسکهای محیط، استراتژی شرکت و ساختار سرمایه بر عملکرد شرکتها در صنعت پتروشیمی."، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره ۱، ص‌ص ۴۱- ۴۷ .

۶) خوش طینت ، محسن واسماعیلی ، شاهپور(۱۳۸۵)." رابطه بین کیفیت سود وبازده سهامدرشرکتهایژذیرفته شده دربورس ."، مطالعات تجربی حسابداری مالی ، زمستان ۱۳۸۴ وبهار ۱۳۸۵، ص ۵۶،۱۳،۱۲- ۲۷.

۷) دستگبر ، محسن و غنی زاده ، بهرام (۱۳۹۳) ."استراتژی سرمایه درگردش و معیارهای سودآوری شرکتهای خودرو، دارو سازی و کانی بورس اوراق بهادار تهران." ، دوفصلنامه اقتصاد پولی مالی، سال هجدهم، شماره 2 ، ص‌ص. ۱۴۰-۱۶۳.

۸) موسوی، سجاد(۱۳۹۲)." بررسی ارتباط بین کیفیت سود با سرمایه گذاری در دارایی های سرمایه ای شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران ."، پایان نامه ارشد، مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم.

۹) نیکو مرام(۱۳۹۰)،" کیفیت سود و هزینه سرمایه ای در شرکتهای پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران."، فصلنامه علمی پژوهش های مدیریت مالی، سال اول، شماره۴.

۱۰) هاشمی ،سید عباس ،صادقی ، محسن ، سروش یار ،افسانه (۱۳۹۰) ." ارزش نقش کیفیت سود بر الگو، شیوه تامین مالی و کارایی سرمایه گذاری شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران." ، تحقیقات مدیریت مالی، سال دوم شماره 3 ، ص‌ص ۵۵-۱.

منابع انگلیسی :

Aloke Ghosh & Zhaoyang Gu & Prem C. Jain., (2011), Sustained earnings and revenue growth, earning quality, and earning response. Coefficient" SSRN Website)

Kim A, ,(2014), Earnings quality and its relationship with aspects of corporate governance: an investor perspective.Accounting & financial association of Australia and newzeland.

Liang, P. and Xiaoyan Wen, 2007, Accounting Measurement Basis, Market Mispricing, and Firm Investment Efficiency, Journal of Accounting Research 45(1), 155-197.

Nurul Houqe, M. , Kerr, M. and Monem, M. (2013). Business Strategy and Earnings

Quality. http://ssrn. com/abstract=2198626Electronic copy available at:

Velury, U & Jenkins, D.(2011),Institutional ownership and the quality of earnings.Journal of business Research 59.1043-1051.